

Національний університет водного господарства та природокористування  
*Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної  
 ради НУВГП

\_\_\_\_\_ Олег ЛАГОДНЮК

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020

**06-13-13S**

**СИЛАБУС**

навчальної дисципліни

***ІНФРАСТРУКТУРА ТОВАРНОГО  
 РИНКУ***

Шифр за ОП

ФП4

Освітній рівень:  
 бакалаврський (перший)

Галузь знань  
**Управління та  
 адміністрування**

07

Спеціальність  
**Маркетинг**

**075**

Освітня програма:

**Маркетинг**

**SYLLABUS**

***INFRASTRUCTURE OF  
 COMMODITY MARKET***

Code in Educational Program

Educational level:  
*bachelor's (first)*

Field of knowledge:  
**Management and  
 administration**

Field of study:  
**Marketing**

Educational Program:

**Marketing**

**РІВНЕ -2020**

Силабус навчальної дисципліни **“Інфраструктура товарного ринку”** для здобувачів вищої освіти бакалаврського (першого) рівня, освітньо-професійної програми “Маркетинг”, спеціальності 075 Маркетинг. Рівне. НУВГП. 2020. стор. 13.

ОПП на сайті університету: <https://ep3.nuwm.edu.ua/16030>

Розробник силабусу: *Веретін Людмила Станіславівна, кандидат економічних наук, старший викладач кафедри маркетингу*

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу  
Протокол № 2 від “ 25” вересня 2020 року

Завідувач кафедри: *Мальчик М.В., д.е.н, професор.*

Керівник освітньої програми: *Попко Олена Володимирівна - доц., кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу НУВГП*

Схвалено науково-методичною радою з якості ННІЕМ  
Протокол № \_\_\_\_ від “ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: *Ковшун Н.Е., д.е.н., професор*

СЗ №-4859в ЕДО.

© Веретін Л.С., 2020  
© НУВГП, 2020

## ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ

Ступінь вищої освіти *Бакалавр*

Освітня програма *Маркетинг*

Спеціальність *075 Маркетинг*

Рік навчання, *1*

семестр *1*

Кількість кредитів *4*

Лекції: *22 годин*

Практичні заняття: *20 годин*

Самостійна робота: *78 годин*

Курсова робота: *ні*

Форма навчання *денна, заочна*

Форма підсумкового контролю *екзамен*

Мова викладання *українська*

## ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА

### ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА



*Веретін Людмила Станіславівна,  
кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри маркетингу*

Вікіситет

[http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Веретін\\_Людмила\\_Станіславівна](http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Веретін_Людмила_Станіславівна)

ORCID

<https://orcid.org/0000-0002-8028-1118>

Як комунікувати

[l.s.veretin@nuwm.edu.ua](mailto:l.s.veretin@nuwm.edu.ua)  
тел. 096-456-9-554

*Актуальні оголошення на сторінці дисципліни в системі  
MOODLE*

## ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація, мета, цілі навчальної дисципліни

Даний курс є теоретико-методологічною основою сутності інфраструктури товарного ринку.

Метою викладання дисципліни є дослідження актуальних аспектів розвитку елементів інфраструктури як підґрунтя цілісної економічної системи України, засвоєння знань з теорії розвитку інфраструктури товарного ринку, управління діяльністю підприємства в галузі просування, зберігання та продажу товарів і послуг, забезпечення потреб споживачів.

Основні цілі:

- надання знань про сутність інфраструктури товарного ринку та її роль у ринковій економіці;
- організацію та планування діяльності інфраструктурних підприємств на ринку;
- опанування системи показників інфраструктури товарного ринку та методи їх формування;
- набуття вмінь самостійно виконувати техніко- економічні розрахунки, пов'язані з аналізом та обґрунтуванням ефективного функціонування і розвитку інфраструктури товарного ринку.
- вивчити теорію розвитку ринкової інфраструктури, зокрема інфраструктури товарного ринку, засвоїти практичні вміння та навички управління її діяльністю з розподілу, просування, збереження та продажу товарів і послуг, забезпечення суспільних і особистих потреб споживачів, опанувати вміння знаходити й реалізовувати рішення стосовно інтенсифікації товарного обігу, підвищення ефективності діяльності інфраструктури комплексу.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/mod/url/view.php?id=11709>

Компетентності

ІК Здатність розв'язувати професійні проблеми та практичні завдання у галузі маркетингу як в процесі навчання, так і в процесі роботи, що передбачає застосування теорій та методів системи наук, що формують маркетинг.

ЗК3. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.

ЗК4. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями.

ФК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати отримані знання предметної області маркетингу.

ФК2. Здатність критично аналізувати й узагальнювати положення предметної області сучасного маркетингу.

ФК3. Здатність використовувати теоретичні положення маркетингу для інтерпретації та прогнозування явищ і процесів

у маркетинговому середовищі.

Програмні  
результати  
навчання

P1. Демонструвати знання і розуміння теоретичних основ та принципів провадження маркетингової діяльності.

P2. Аналізувати і прогнозувати ринкові явища та процеси на основі застосування фундаментальних принципів, теоретичних знань і прикладних навичок здійснення маркетингової діяльності.

P3. Застосовувати набуті теоретичні знання для розв'язання практичних завдань у сфері маркетингу.

Структура  
навчальної  
дисципліни

Навчальна дисципліна складається з 22 годин лекційних занять, 20 годин практичних занять та 78 год. самостійної роботи.

Структура навчальної дисципліни зазначено нижче в таблиці.

**Методи, технології навчання та викладання:** інтерактивні лекції, елементи проблемної лекції, індивідуальні завдання, впровадження ділових та рольових ігор, кейс-методів, індивідуальні та групові науково-дослідні завдання, використання мультимедійних засобів.

**Засоби навчання:** мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, роздаткові друковані матеріали.

Методи  
оцінювання та  
структура  
оцінки

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно вчасно виконати практичні, індивідуальні та самостійні завдання, вчасно здати модульні контролі роботи. Викладач проводить оцінювання індивідуальних завдань студентів шляхом аналітичного дослідження разом із студентом.

За вчасне та якісне виконання практичних, індивідуальних та самостійних завдань, здобувач вищої освіти отримує такі **обов'язкові бали:**

50 балів – усні, письмові практичні та самостійні завдання,

10 балів – індивідуальне завдання.

**Всього поточна складова оцінювання: 60 балів.**

**Модульна складова оцінювання:**

Модульний контроль № 1 – 20 балів,

Модульний контроль № 2 – 20 балів.

Дисципліна закінчується екзаменом, тому результати складання модульних контролів можуть зараховуватись як підсумковий контроль.

**Всього модульна складова оцінювання: 40 балів.**

**Разом: 100 балів.**

Студенти можуть отримати **додаткові бали** за: виконання

рефератів, есе дослідницького характеру, наукових тез або статей за темою курсу. Тему можуть дослідницької роботи вибрати самостійно за погодженням із викладачем. Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни.

**Модульний контроль** проходитиме у формі тестування. У тесті 20 запитань різної складності:

рівень 1 – 14 запитань по 0,5 бали (усього – 7 балів),

рівень 2 – 5 запитань по 2 бали (усього – 10 балів),

рівень 3 – 1 запитання по 3 бали (усього – 3 бали).

Усього за модульний контроль – 20 балів.

Лінк на нормативні документи, що регламентують проведення поточного та підсумкового контролів знань студентів, можливість їм подання апеляції:

<http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezalezhnoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>

Місце навчальної дисципліни в освітній траєкторії здобувача вищої освіти

Відповідно до структурно-логічної схеми підготовки бакалаврів за спеціальністю 075 «Маркетинг» для вивчення дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентам потрібно мати певний рівень знань з дисципліни «Маркетинг промислового підприємства», яка передуює даній.

Інформаційні ресурси

- Опорний конспект лекцій *(на електронному і паперовому носіях)* за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення;

- Пакет тестових завдань за кожним змістовим модулем та в цілому по курсу дисципліни;

- Інформаційні ресурси у цифровому репозиторії:

Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с.

<http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf>;

Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf> ;

Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання

практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf> .

### **Базова література**

1. Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. Інфраструктура товарного ринку : навч. посіб. / М.І. Белявцев, Л.В. Шестопалова. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 416 с.
2. Інфраструктура товарного ринку. Навчальний посібник / О.В. Прокопенко., В.Ю. Школа., О.О. Дегтяренко., С.М. Махнуша- К.: Центр учбової літератури, 2007. - 296 с.
3. Інфраструктура товарного ринку: непродовольчі товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. — 702 с.
4. Інфраструктура товарного ринку: продовольчі товари: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. — 564 с.
5. Інфраструктура товарного ринку: теоретичні засади: підручник / За ред. О.О. Шубіна. — К.: Знання, 2009. — 379 с.
6. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гончаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф. Мальчик М.В. - Рівне: НУВГП, 2014. - 444 с.

### **Допоміжна література**

1. Балабанова Л.В. Комерційна діяльність: маркетинг і логістика: Навчальний посібник/ Л.В. Балабанова, А.М. Германчук. - К.: ВД "Професіонал", 2004. - 288 с.
2. Дашков Л. П., Памбухчиянц В. К. Организация, технология и проектирование торговых предприятий. - М: Дашков и Ко, 2006. - 520 с.
3. Комерційна діяльність посередницьких організацій: Навчальний посібник/ М.М. Єрмошенко. - К.: НАУ, 2003. - 345 с.
4. Комерційна діяльність посередницьких підприємств: підручник/ І. М. Грищенко. - К.: Грамота, 2009
5. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: Как создать, завоевать и удержать рынок/ Ф. Котлер. - 2-е изд. исправленное. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 296 с.
6. Шканова О.М. Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 320 с.



## ПРАВИЛА ТА ВИМОГИ (ПОЛІТИКА)

### Дедлайни та перескладання

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядоку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі.

Перездача модульних контролів здійснюється згідно <http://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdzili/navch-nauk-tsentr-nezalezhnogo-otsiniuvannia-znan/dokumenty>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі та перездачі оприлюднюються на сторінці MOODLE <https://exam.nuwm.edu.ua/>

### Правила академічної доброчесності

За списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, студент позбавляється подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

Документи стосовно академічної доброчесності (про плагіат, порядок здачі курсових робіт, кодекс честі студентів, документи Національного агентства стосовно доброчесності) наведені на сторінці ЯКІСТЬ ОСВІТИ сайту НУВГП - <http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj>

### Вимоги до відвідування

Студенту не дозволяється пропускати заняття без поважних причин.

У випадку пропуску заняття студент має можливість відпрацювати тему на консультації, яка відбувається на заздалегідь визначеній парі в ауд. 275 (кафедра маркетингу).

Студент має право оформити індивідуальний графік навчання згідно відповідного положення <http://ep3.nuwm.edu.ua/6226/>

При об'єктивних причинах пропуску занять, студенти можуть самостійно вивчити пропущений матеріал на платформі MOODLE

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=4890>

Здобувачі без обмежень можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки.

В умовах карантину лекції та семінарські заняття проводяться за допомогою Google Meet за корпоративними профілями.



## ДОДАТКОВО

Правила отримання зворотної інформації про дисципліну

Щосеместрово студенти заохочуються пройти онлайн опитування стосовно якості викладання та навчання викладачем даного курсу та стосовно якості освітнього процесу в НУВГП.

За результатами анкетування студентів викладачі можуть покращити якість навчання та викладання за даною та іншими дисциплінами.

Результати опитування студентам надсилають обов'язково.

Порядок опитування, зміст анкет та результати анкетування здобувачів минулих років та семестрів завантажені на сторінці «ЯКІСТЬ ОСВІТИ»:

<http://nuwm.edu.ua/porjadok-opituvannja>

<http://nuwm.edu.ua/sp/anketuvannja>

<http://nuwm.edu.ua/sp/rezuljtati-opituvannja>

Оновлення змісту навчальної дисципліни

За ініціативою викладача зміст даного курсу оновлюється щорічно, враховуючи зміни у законодавстві України, наукових психолого-педагогічних дослідження особистості, діяльності та професійної діяльності, враховуючи досвід зарубіжних країн стосовно організації професійної діяльності фахівців певної галузі.

При викладанні даної дисципліни враховано вимоги Закону України “Про вищу освіту” та нормативні документи щодо організації освітнього процесу у ЗВО, Стандарт вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг

<https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni>

Студенти також можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі педагогіки та психології та використання сучасних технологій навчання. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.

Навчання осіб з інвалідністю

Документи та довідково-інформаційні матеріали стосовно організації навчального процесу для осіб з інвалідністю доступно за посиланням <http://nuwm.edu.ua/sp/dlja-osib-z-invalidnistju>

У випадку навчання таких категорій здобувачів освітній процес даного курсу враховуватиме, за можливістю, усі особливі потреби здобувача.

Викладач та інші здобувачі даної освітньої програми

максимально сприятимуть організації навчання для осіб з інвалідністю та особливими освітніми потребами.

## СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Лекцій 22 год.

Практичних 20 год.

Самостійна робота 78 год.

### ЛЕКЦІЙНІ ТА ПРАКТИЧНІ ЗАНЯТТЯ

#### Тема 1. Сутність і характеристика товарного ринку

Результати навчання Р-1, Р-2	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2148</a>
Опис теми	Поняття та економічний зміст ринку. Порівняльна характеристика ринку та регульованої економіки. Основні функції ринку. Передумови виникнення та умови функціонування ринкових відносин. Класифікаційні ознаки та види ринків. Ринок продавця і ринок покупця. Характеристика ринку за ступенем монополізації. Ринок товарів і ринок послуг. Особливості, форми та методи регулювання товарного ринку. Фактори, що зумовлюють необхідність ринкового регулювання. Види ринкових процесів. Сутність поняття: обмін, купівля, продаж, попит і пропозиція. Трансакційні та спекулятивні ринкові операції. Види ринкових процесів на товарному ринку. Сутність поняття: продукт і товар, їх спільні та відмінні риси. Види товарообмінних операцій. Товарний характер послуги.		

#### Тема 2. Інфраструктура товарного ринку: сутність, склад і проблеми розвитку

Результати навчання Р-1, Р-2	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2148</a>
Опис теми	Сутність та значення ринкової інфраструктури в ринковій економіці. Особливості діяльності суб'єктів інфраструктури товарного ринку. Елементи інфраструктури товарного ринку. Взаємодія елементів інфраструктури товарного ринку. Регулююча, розподільча, контролююча та стимулююча функції інфраструктури товарного ринку. Показники оцінювання стану та розвитку інфраструктури товарного ринку. Проблеми розвитку інфраструктури товарного ринку. Особливості формування інфраструктури товарних ринків економічно розвинених країн і вітчизняного товарного ринку. Шляхи подолання кризових явищ у функціонуванні інфраструктури товарного ринку		

#### Тема 3. Принципи й особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку

Результати навчання Р-1, Р-2	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=2148</a>
---------------------------------	--	---	---

		самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	
--	--	--	--

**Опис теми** Маркетингові посередники як підґрунтя інфраструктури товарного ринку. Функції та завдання маркетингових посередників у межах товарного ринку. Типи маркетингових посередників. Маркетингові та інформаційно-комерційні центри як складові інфраструктури товарного ринку. Маркетингова концепція розвитку суб'єктів інфраструктури. Класифікація суб'єктів товарного ринку за орієнтацією на збут і маркетинг. Застосування ринковими суб'єктами маркетингової концепції як засобу досягнення стійких конкурентних позицій на ринку. Принципи діяльності маркетингових посередників.

Сутність понять: окупність, прибутковість, стратегічний і тактичний підходи, планування і контроль маркетингової діяльності. Особливості діяльності маркетингових посередників на товарному ринку.

#### Тема 4. Організація та функціонування оптової торгівлі

Результати навчання Р-1, Р-2, Р-3	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
--------------------------------------	--	--	---

**Опис теми** Передумови виникнення оптової ланки торгівлі. Оптова торгівля як ефективний інструмент доведення товарів від виробника до кінцевого споживача. Розподільчі, маркетингові, посередницькі та інші функції оптової торгівлі.

Особливості оптової торгівлі продукцією виробничо- технічного призначення. Завдання та функції оптових підприємств, що здійснюють постачання та розподіл товарів виробничого призначення. Особливості товарів виробничого призначення. Характеристика основних видів оптової торгівлі. Основні макроекономічні показники оптової торгівлі. Урахування результатів діяльності оптової торгівлі у валовому національному та валовому внутрішньому продуктах. Оптова торгівля як суб'єкт формування національного доходу та національного багатства країни.

#### Тема 5. Підприємства оптової торгівлі

Результати навчання Р-1, Р-2, Р-3	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
--------------------------------------	--	--	---

**Опис теми** Види підприємств оптової торгівлі. Класифікація підприємств оптової торгівлі за сферою діяльності, дислокацією, розмірами, товарною спеціалізацією. Організаційно-правові форми підприємств оптової торгівлі. Особливості створення та функціонування підприємств оптової торгівлі у вигляді акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, державного підприємства та змішаних форм.

Загальна характеристика діяльності підприємств оптової торгівлі. Основні завдання оптових підприємств на товарному ринку. Організаційні, реалізаційні та посередницькі функції підприємств оптової торгівлі.

#### Тема 6. Виробнича і транспортно-експедиційна діяльність

Результати навчання	Кількість годин:	Література:	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
---------------------	------------------	-------------	---

P-1, P-2, P-3	лекції – 2 практ. – 2	Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .
---------------	--------------------------	---

Опис теми	<p>Сутність виробничих процесів у підприємствах торгівлі. Необхідність та передумови використання виробничих процесів у торгівлі. Види виробничих процесів у підприємствах торгівлі. Роль і функції складів у процесі товароруку. Основні завдання складського господарства на товарному ринку. Види товарних складів. Класифікація складів залежно від типів споруд, асо Сутність транспортно- експедиційних операцій.</p> <p>Роль транспорту у процесі товарообігу. Транспорт як категорія матеріального виробництва. Функції транспорту на товарному ринку. Організація перевезень товарів. Аналіз технічних можливостей і добір конкретного виду транспорту залежно від об'єктів транспортування та комерційних завдань суб'єкта товарного ринку. Витрати, пов'язані з транспортуванням. Методи завозу товарів</p>	
-----------	--	--

## Тема 7. Роздрібна торгівля

Результати навчання P-1, P-2, P-3	Кількість годин: лекції – 4 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
Опис теми	<p>Сутність роздрібно торгівлі. Роздрібна торгівля як елемент організованого товарного ринку. Завдання роздрібно торгівлі. Ознаки та форми роздрібно торгівлі. Чинники, що відрізняють роздрібно торгівлю від інших видів торговельного підприємництва. Класифікація підприємств роздрібно торгівлі на основі особливостей функціонування та залежно від пропонованих товарів. Функції та послуги суб'єктів роздрібно торгівлі. Організація роздрібно торгівлі. Організаційні форми роздрібних торговельних підприємств та їх особливості. Маркетингові рішення у роздрібно торгівлі. Комплекс маркетингу підприємства роздрібно торгівлі. Стратегічні та тактичні прийоми, до яких вдаються підприємства роздрібно торгівлі.</p>		

## Тема 8. Біржова діяльність

Результати навчання P-1, P-2, P-3	Кількість годин: лекції – 2 практ. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
Опис теми	<p>Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці. Товарна біржа як об'єднання комерційних посередників. Біржа як некомерційний суб'єкт товарного ринку. Види бірж та правові засади їх діяльності в Україні. Класифікація бірж на основі визначеного об'єкта торгів. Порядок створення й організація діяльності товарної біржі. Організаційно-правові основи функціонування бірж як ринкових суб'єктів. Функції та завдання структурних підрозділів товарних бірж. Біржові товари. Сутність реального товару та товарного зразка. Способи роботи з товарами в процесі біржової торгівлі. Особливості біржових угод на товарній біржі.</p>		

## Тема 9. Лізинг

Результати навчання Р-1, Р-2, Р-3	Кількість годин: лекції – 2 прак. - 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
Опис теми	Визначення та економічне значення лізингу. Лізинг як форма вкладання коштів в основні фонди без одноразової мобілізації власних або залучених коштів. Переваги використання лізингу для суб'єктів товарного ринку. Класифікаційна характеристика видів і форм лізингу. Сутність оперативного та фінансового лізингу. Доцільність використання конкретного виду лізингу залежно від завдань суб'єкта товарного ринку. Сутність і послідовність здійснення лізингових угод. Учасники лізингових угод. Взаємодія між учасниками в процесі здійснення лізингових операцій. Економічні засади лізингових угод. Розрахунки ефективності застосування лізингу порівняно з банківськими кредитами		
Тема 10. Персональний продаж			
Результати навчання Р-1, Р-2, Р-3	Кількість годин: лекції – 2 прак. – 2	Література: Маркетинг: навч. посіб. / М. В. Мальчик, Н. А. Гонтаренко, Б. О. Король [та ін.]; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2014. – 444 с. <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/1763/1/market-2014-03-29%20zah.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до самостійного вивчення навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» для здобувачів вищої освіти першого( бакалаврського) рівня за спец. 075 «Маркетинг» денної і заочної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12809/1/06-13-130%20%281%29.pdf</a> ; Мальчик М. В., Коваль С. І. Методичні вказівки до виконання практичних занять із навчальної дисципліни «Інфраструктура товарного ринку» студентами спец. 075 «Маркетинг» денної форми навчання / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <a href="http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf">http://ep3.nuwm.edu.ua/12807/1/06-13-131%20%281%29.pdf</a> .	<a href="https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148">https://exam.nuwm.edu.ua/courses/view.php?id=2148</a>
Опис теми	Сутність, форми та особливості персонального продажу. Доцільність використання персонального продажу суб'єктами товарного ринку. Управління персональним продажем. Підготовка фахівців, зайнятих персональним продажем. Стимулювання та мотивація діяльності персональних продавців. Шляхи забезпечення продажу комерційно перспективних товарів засобами персонального продажу. Головні складові процесу персонального продажу. Нові форми продажу товарів і послуг. Торгівля поштою: реалізовані та нереалізовані можливості. Особливості організації продажів за каталогами. Світові лідери продажів за каталогами. Електронна комерція як новітня форма продажу товарів і послуг.		

Лектор, к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу

Л.С. Веретін